

日本における RaaS モデルに取り組むべき業種とは

株式会社トレンドキャスト

“体験型店舗”、“売らない店”というワードが数年前からメディアを賑わすようになってきた。これらは RaaS (Retail as a Service : サービスとしての小売業) というビジネスモデルで、EC や BOPIS*1 の進展により小売店はショールーム化していくと考えられていた中での一つの答えであり、次世代型の店舗といえる。特に米国発の b8ta (ベータ) は RaaS モデルのリーディングカンパニーである。

商品を売らない RaaS 型店舗の役割は、来店する消費者にとっては「体験」と「発見」の機会の提供である。RaaS 型店舗の店頭には必ず商品は一定の期間で入れ替わる。このため、消費者は来店することで新しい商品を体験し新しい機能が発見する機会を得ることができる。

一方、出品企業にとって RaaS 型店舗は、顧客に関する行動データや購買データを取得する場であり、それらのデータは製品開発や販売戦略に活用される。その対価としてメーカーは商品棚の 1 区画につき月額を支払うというビジネスモデルとなっている。

しかし今年に入って欧州の RaaS 型店舗は一斉に閉店した。理由は明かされていないが、店舗の固定費が膨らんだことやレベニューシェアモデルで来店客の多寡により変動するかたちで出店料を取っていたことから、予想外だったコロナ禍やロックダウンによる来店客の減少に運営が厳しくなってきたと言われている。

では、このビジネスモデルは失敗であったのかという点と全くにそんなことはない。現に国内の RaaS 型店舗は順調に成長しており、黒字の企業も出てきている。日本ではコロナ禍での緊急事態宣言はあったものの、海外の様な完全なロックダウンに至らなかったためダメージは少なく済んだ。また、日本はレベニューシェアではなく固定額での契約であるため収益も安定している。よって日本の市場では十分に成長の可能性を秘めているビジネスモデルだといえる。急激なロックダウンというリスクを除けば、次世

*1 BOPIS (Buy Online Pick-up In Store) : EC サイトで購入した商品を、リアル店舗で受け取るショッピングスタイル

代モデルとして日本から世界中に広がることは十分に考えられるのである。

この RaaS モデルの最も重要なポイントはなんであろうか。AI カメラの精度なのか、アプリの UI*2 なのか、データの解析技術であろうか。勿論それらは重要な技術であるが、これらのテクノロジーは世界中で提供企業が増えておりコモディティ化がはじまっている。では最も重要なものは何か。それは“メーカーとのリレーションシップ”である。国内の RaaS 企業も新たな出店メーカー獲得のためにメディアの露出にかなりの投資をしていることがみてとれる。

では、日本においてメーカーとのリレーションシップを広く深く築き上げてきた業態はどこであろうか。メーカーと小売の間に立ち互いの発展を支えてきた業種、それは中間流通業である。テクノロジー企業を使いこなしながら、最も重要なメーカーとの関係性を活用して互いの成長に必要なデータを収集していく。そして、そのデータを活用してリテラーにも新しい気づきを提供していく。そうすることによって、日本型の新しい生態系が生まれてくるのではないだろうか。中間流通業が RaaS モデルを最も有効に活用できる業態といえる。

	従来店舗	RaaS 型店舗
目的	たくさん買ってもらう	発見と体験
接客	売るための接客	商品フィードバックのための接客
チャンネル	多店舗展開	オムニチャンネル
データの扱い方	リテールファースト	メーカーファースト

*2 UI (User Interface) : (アプリの) 表示画面や操作方法

イベントカレンダー&ウェザーマーチャライジング

EVENT CALENDAR & WEATHER MD



32週	33週	34週	35週	36週
8/1~7	8/8~14	8/15~21	8/22~28	8/29~31
#山の日 #登山 #山盛り #お盆休み #お墓参り #夏休み #帰省 #旅行 #キャンプ #BBQ #自由研究 #夏フェス #夏祭り #おうち夏祭り #おうち緑日 #おうちプール #おうち時間 #集中中対策 #集中豪雨 #ゲリラ豪雨				

日用雑貨

- ・熱冷却用品、用具 295.2% ・蚊取り線香 290.0% ・殺虫剤 222.9% ・蚊取りマット、リキッド 181.9%
- ・ゴキブリ捕獲器 167.7% ・除湿、乾燥剤 144.7% ・電子蚊取り器 141.3% ・虫よけ剤、虫よけ器 140.7%
- ・フットケア用品、用具 129.8% ・扇、カーペットクリーナー 129.1% ・包帯 127.4%
- ・電気製品用クリーナー 127.1% ・水洗トイレ用タンククリーナー 127.0% ・漂白剤 126.7%
- ・台所用洗剤 122.2% ・カビ防止剤、カビ取り剤 119.4% ・トイレ用芳香、消臭、防臭剤 117.1%
- ・室内用芳香、消臭、防臭剤 115.4%

● SNSで話題となりやすいテーマ : 口臭(脱水、暑さ)、背中ニキビ、虫刺され跡、不眠、自律神経の乱れ、低気圧、頭痛、悪臭

化粧品

- ・男性用制汗防臭剤 206.0% ・制汗防臭剤 186.8% ・むだ毛処理剤 163.8% ・UVケア 160.0%
- ・ネイルカラー 145.2% ・男性用洗顔料、パック 131.0% ・パーマ剤 126.0% ・男性用フレグランス 116.1%
- ・男性黒髪用カラーリング剤 113.3% ・カミソリ 112.5% ・ヘア化粧用品 111.8% ・アイブロウ 111.7%
- ・洗顔料 110.7% ・トワレ 110.4% ・シャンプー 109.8% ・男性用育毛、養毛剤 109.2%
- ・男性用ヘアトニック 108.1% ・アイライナー 108.0% ・アイカラー 107.8% ・ヘアトリートメント、パック 107.7%

● SNSで話題となりやすいテーマ : 湿気、ほろい線、むくみ

家庭用品

- ・線香 220.8% ・ライター 153.0% ・ローソク 152.7% ・バケツペール 135.5% ・魔法瓶ジャー 134.7% ・物干し用品 133.9%
- ・モップ雑巾 124.6% ・購入入れ 123.3% ・身体洗い用品 122.7% ・簡易収納ケース 122.1% ・流し用品 119.8% ・マット 116.8%
- ・洗濯用品 115.1% ・浴室用品 114.3% ・簡易食器 112.1% ・ほうき、はたき類 112.0% ・洗面用品 110.5%
- ・コップ、グラス 109.9% ・ふきん、綿つみかみ 108.7% ・ゴミ袋 108.6% ・卓上小物 107.7%

● SNSで話題となりやすいテーマ : 生ゴミ、お家飲み

(あらた調べ 期間2020年1月~12月)

ウェザーマーチャライジング

■豪雨・集中豪雨

8月は本州内陸を中心に午後から雷雨(夕立)が発生しやすくなります。近年、様々な異常気象による災害(豪雨・竜巻)が増え、記録的な集中豪雨(一回に降る雨量が多い)の発生数は増加傾向です。

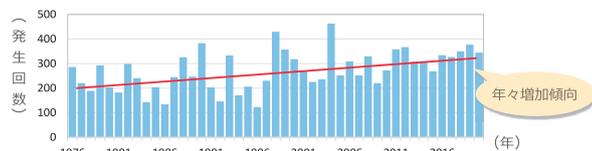
集中豪雨が発生しやすい状況

- ①日本付近に前線が停滞しているとき(特に梅雨期終盤)
- ②台風が近づいているとき・上陸したとき
- ③大気的不安定な状態が続き、次々と雷雲が発生するとき



(全国(アメダス)の1時間降水量50mm以上の年間発生回数)

赤線 — は長期変化傾向(この期間の平均的な変化傾向)を示します



○気象庁では一時間あたり50mm以上~80mm未満の雨量を、「非常に激しい雨」「滝のように降る」「寝ている人の半数くらいが雨に気がつく」強さと表現しています

豪雨時の対策商品

自治体の災害時対応マニュアルなどを参考に対策グッズを揃えましょう

雨具、長靴、土のう、ビニールシート、ビニール袋、雑巾、バケツ、モップ、デッキブラシ、手袋、マスク、防災フィルム、作業ジャンパー など

豪雨や台風情報が出たら、雨風が強くなる前にベランダや庭にある物干し竿などは家の中へ、雨戸やシャッターは下しておきましょう



「全国(アメダス)の1時間降水量」: 気象庁ホームページより